



Talepapir til brug ved samråd i Folketingets Trafikudvalg den 15. maj 2008 - Spørgsmål I

På baggrund af den seneste tids skriverier i pressen – navnlig i Ekstra Bladet er jeg blevet bedt om at give oplysninger, om Post Danmark påståede omgåelse af ”Ingen reklamer – tak” ordningen.

Jeg er også blevet bedt om at oplyse, hvad jeg vil gøre for at følge opfordringer fra bl.a. Forbrugerombudsmanden til at gribe ind i sagen.

I dag er det ikke muligt at blive helt fri for reklamer, der omdeles af Post Danmark, fordi ordningen er sådan, at det er afsenderen af forsendelsen, der bestemmer, om et nej tak skal respekteres.

Eksempelvis respekterer de fleste udgivere af lokale ugeaviser og distriktsblade ikke et nej-tak skilt ved brevsprækken. Dette skyldes, at udgiverne ikke betragter aviserne som reklame, og at eksempelvis kommuner



ofte anvender den lokale ugeavis til at oplyse borgerne om kommunalbestyrelsesmøder, lokalplaner m.m.

Det er naturligvis vigtigt, at der findes en fornuftig løsning, sådan at borgerne får en mulighed for at blive fri for uønsket reklamemateriale.

Af hensyn til den interne behandling af adresseløse forsendelser har Post Danmark valgt at lægge reklamer, lokale ugeaviser og distriktsblade samt adresserede magasiner og blade i et omslag ”Med rundt”, hvor husstandens adresse er trykt på.

Omslaget findes i to varianter, et med redaktionel tekst og reklamer og et neutralt omslag uden tekst og reklamer. Det neutrale omslag uden redaktionel tekst og reklamer anvender Post Danmark til de husstande, der har tilmeldt sig ordningen ”Ingen reklamer - tak”.



Det neutrale omslag indeholder derfor kun ugeaviser og distriktsblade og materiale, som afsenderen har bestemt, der skal afleveres til husstanden. Det kan eksempelvis være information til borgerne fra regioner og kommuner.

Adresseringen af omslagene er udelukkende for, at Post Danmark kan maskinsortere dem.

Det er derfor **ikke** tilfældet, at Post Danmark bruger omslaget ”Med rundt” til at omgå ”Ingen reklamer – tak” ordningen.

På økonomi- og erhvervsministerens og min foranledning gennemfører Færdselsstyrelsen i samarbejde med Forbrugerstyrelsen i øjeblikket en brugerundersøgelse for at afdække omfanget af problemstillingen med, at borgerne modtager uønsket reklamemateriale.

Det er vurderingen, at det er mest hensigtsmæssigt, at få løst problemerne



gennem en frivillig brancheløsning, som administreres af branchen selv.

Som det er fremgået af pressen, har Forbrugerombudsmanden også indledt en undersøgelse af mulighederne for ad frivillighedens vej at forhandle en mere effektiv ”nej tak” ordning med branchen (distributører, udgivere og afsendere), herunder Post Danmark.

Hvis en frivillig brancheløsning viser sig ikke at være mulig, vil løsningen være et lovgivningsinitiativ.

Grunden til, at der ikke allerede nu skrider til lovgivning er, at det er en kompleks sag at vurdere konkret, hvad det i givet fald skal være muligt for borgerne at sige nej tak til.

I første omgang bør resultaterne afventes af

1. Den brugerundersøgelse, som Færdselsstyrelsen har iværksat i samarbejde med Forbrugerstyrelsen



2. Den undersøgelse, som Forbrugerombudsmanden har iværksat af, om det er muligt ad frivillighedens vej at effektivisere ”Ingen reklamer – tak” ordningen.

Derefter kan der træffes beslutning om, hvorvidt der skal iværksættes nye initiativer.